

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Szenario.....	1
1.2	Zielsetzung.....	2
1.3	Forschungsbedarf.....	4
1.4	Forschungsmethodik.....	6
1.5	Aufbau der Arbeit.....	7
2	Begriff, Einordnung und Merkmale wissensintensiver Dienstleistungen	10
2.1	Immaterialität, Interaktion und Individualität der Dienstleistungen.....	11
2.2	Dienstleistung als kollaborativer Prozess.....	14
2.3	Wissensbasierung und Wissensintensität der Dienstleistung	16
2.4	Innovationskraft und Routinisierungspotenzial	18
2.5	Fazit: spezifische Merkmale des Leistungsprogramms.....	20
3	Systematisierung und Diskussion organisatorischer Ansätze im Kontext wissensintensiver Dienstleistungen	24
3.1	Ansätze der Aufbauorganisation.....	24
3.1.1	Matrix-Organisation.....	26
3.1.2	Projektorganisation	29
3.1.3	Virtuelle Organisation.....	31
3.1.4	Selbstorganisation	32
3.2	Ansätze der Ablauforganisation.....	34
3.2.1	Prozessmanagement.....	34
3.2.2	Projektmanagement.....	39
3.2.3	Integriertes Prozess- und Projektmanagement	40
3.3	Fazit: Organisatorische Spezifika wissensintensiver Dienstleistungen.....	43
4	Funktionale Grundlagen in wissensintensiven Dienstleistungsunternehmen..	49
4.1	Gestaltung der betrieblichen Grundfunktionen einer KIS-Wertschöpfung.....	49
4.1.1	Beschaffung.....	49
4.1.2	Produktion	51
4.1.3	Absatz	58
4.2	Spezielle Aufgaben in wissensintensiven Dienstleistungsunternehmen	60
4.2.1	Service Engineering	61
4.2.2	Kapazitätsmanagement.....	63
4.2.3	Skill-Management	65
4.2.4	Qualitätsmanagement.....	67
4.3	Fazit: Einfluss des Leistungsprogramms auf die KIS-Wertschöpfung.....	72

5	Leistungsunterstützende IT-Systeme – Grundverständnis und konzeptionelle Anforderungen.....	76
5.1	Grundverständnis notwendiger Systembausteine	77
5.1.1	Groupware Systeme	80
5.1.2	Prozess/Projekt-Management Systeme.....	82
5.1.3	Content Management Systeme.....	84
5.1.4	Skill-Management Systeme.....	86
5.1.5	Customer Relationship Management Systeme.....	87
5.1.6	Workplace Portale.....	89
5.2	Abgrenzung zu Professional Service Automation	90
5.3	Fazit: Interaktionsmodell und Eingliederung in die KIS Wertschöpfung	92
6	Fallstudien ausgewählter KIS	97
6.1	Methodisches Vorgehen.....	97
6.2	Fallstudie 1: Vertrieb und Service eines Softwareherstellers.....	98
6.3	Fallstudie 2: Vermittlungsleistung von Immobilienmaklern.....	102
6.4	Fallstudie 3: Produktenstehungsprozess eines Automobilzulieferers	106
6.5	Fallstudie 4: Spezialistenvermittlung eines Personaldienstleistungsunternehmens	109
6.6	Fazit: Problem der Systembeurteilung in KISF	111
7	Das Knowledge Intensive Service Management System (KISMS).....	114
7.1	Vorgehensmodell: Einzelfallanalyse der wissensintensiven Wertschöpfung	116
7.1.1	Einführung in die Methodik	117
7.1.2	Analyse der Aufgabenstruktur	117
7.1.2.1	Rahmenbedingungen des Aufgabenumfelds.....	118
7.1.2.2	Betrachtung der konkreten Aufgabenbewältigung	120
7.1.3	Analyse der IT Ausstattung und Nutzung	124
7.1.4	Abstimmung von Aufgabenstruktur und Werkzeugeinsatz	125
7.1.4.1	Kriterien der situativen Beurteilung	125
7.1.4.2	Fokus Prozessbezug und Wertschöpfungsanteil.....	127
7.1.4.3	Fokus Interaktion	128
7.1.5	Ableitung des Handlungsbedarfs	129
7.2	Erfolgskritische Prozesse kollaborativer und wissensintensiver Dienstleistungen	130
7.2.1	KIS Meta Map.....	131
7.2.2	Potenziale in der Beschaffung.....	131
7.2.2.1	Referenzprozess Personalbeschaffung	132
7.2.2.2	Referenzprozess Skill-Management.....	135
7.2.3	Absatzpotenziale	138
7.2.3.1	Referenzprozesse Kundengewinnung und Angebotserstellung.....	139
7.2.3.2	Referenzprozess kundenorientierte Wissensverteilung.....	144
7.2.4	Potenziale in der operativen Leistungsproduktion.....	147
7.2.4.1	Steigerung der Kundenintegration.....	147
7.2.4.2	Wissensgewinnung im Leistungsprozess.....	149
7.2.5	Steuerung von Qualität, Kosten und Terminen.....	153

7.2.5.1	Kundenbefragungen zur Sicherung der Qualität	153
7.2.5.2	Referenzprozess Aufwandsverfolgung vom Auftrag bis zur Abrechnung	156
7.2.5.3	Termin- und Kapazitätsmanagement.....	159
7.3	KISMS – Orchestrierung der Systemmodule	162
7.4	Anwendungsbeispiele	165
7.4.1	Internationale Forschungsk Kooperation – das InterPROM Projekt	166
7.4.2	Mobile Leistungserstellung – das KOMAND Projekt.....	169
7.4.3	Kundengewinnung eines Beratungsunternehmens	173
7.4.4	Office Performance Analyse eines Automobilherstellers	176
8	Zusammenfassung und Schlussbetrachtung	180
	Literaturverzeichnis.....	184
	Anhang	199